

TARTU ÜLIKOOLI VILJANDI KULTUURIAKADEEMIA

Kultuurhariduse osakond

Kultuurikorralduse õppekava

Kristi Kivestu

KRISTI KIVESTU ISIKUNÄITUSE „SAKALA ŠARŽID“ KORRALDAMINE

Loov-praktiline lõputöö

Juhendaja: Piret Aus

kultuurikorralduse lektor, MA

Kaitsmisele lubatud.....

(juhendaja allkiri)

Viljandi 2016

SISUKORD

| | |
|---|----|
| SISSEJUHATUS | 2 |
| 1. NÄITUSE KORRALDAMISEGA SEOTUD TEOORIAD | 4 |
| 1.1. Näituse mõiste, näituste tüübid ja missioonid..... | 4 |
| 1.2. Näituse planeerimise ja korraldamisega seotud teooriad | 5 |
| 1.3. Näituste kureerimine, kuraatori mõiste | 8 |
| 2. NÄITUSE „SAKALA ŠARŽID“ KORRALDAMINE | 9 |
| 2.1. Näituse „Sakala šaržid“ korraldamise taust, missioon ja kirjeldus | 9 |
| 2.2. Sihtrühmade määratlemine, näitusepaikade valik ja väljapaneku disain | 10 |
| 2.2.1. Näitusepaikade taust ja kohtade valiku põhjendused | 13 |
| 2.3. Näituse „Sakala šaržid“ eelarve, rahastamine ja riskide hindamine | 14 |
| 2.4. Näituse „Sakala šaržid“ turundustegevused | 16 |
| 2.5. Näituse „Sakala šaržid“ sotsiaalmajanduslik mõju | 18 |
| 2.6. Tagasiside ja meediakajastused..... | 19 |
| 3. ENESEREFLEKSIION | 21 |
| KOKKUVÕTE..... | 22 |
| KASUTATUD ALLIKAD..... | 24 |
| LISAD | 27 |
| Lisa 1. Autori tutvustus ja ideekavand Eesti Kultuurkapitalile..... | 27 |
| Lisa 2. Riskide hindamine ja maandamise meetmed | 30 |
| Lisa 3. Jõhvi näituse plakat | 31 |
| Lisa 4. Viljandi näituse pressitekst..... | 32 |
| Lisa 5. Fotod Viljandi näituse avamisest 5.04.2016 | 33 |
| Lisa 6. Väljavõte Viljandi näituse külalisteraamatust..... | 34 |
| Lisa 7. Fotod Jõhvi näituse avamisest 9.05.2016..... | 35 |
| SUMMARY | 36 |

SISSEJUHATUS

TÜ Viljandi Kultuuriakadeemias õpetatavate erialade profiil on selline, et kooli lõpetaja on tõenäoliselt iseendale tööandja. Enda oskusi ja andeid peaks oskama pakkuda ja müüa või vähemalt peaks nende tegevuste detailidest teadlik olema. Käesoleva loov-praktilise lõputöö keskmes on minu esimese isikunäituse „Sakala šaržid“ korraldamine ja analüüs. „Sakala šaržid“ on näitus, mis koosneb ajalehele Sakala joonistatud persoonilugusid illustreerivatest šaržidest. Näituse korraldamise peamisteks eesmärkideks oli pakkuda mõtteainet oma kogukonda kuuluvate inimeste erilisusest ja maakonnalehe rollist selle info levitamisel, ning enda kui šaržikunstniku tutvustamine publikule. Näitust eksponeeritakse kokku kolmes paigas, Viljandis, Jõhvis ja Karksis 2016.a aprilli algusest juuni lõpuni.

Lõputöö eesmärk on lisaks TÜ Viljandi Kultuuriakadeemias õpitud oskuste kokkuvõttele ühtlasi koostada hõlpsalt jälgitav abivahend neile, kes soovivad näitust korralda. Töö esimene osa kätkes näituste korraldamisega seotud teooriaid ning teine osa kirjeldab teooria rakendamist näituse korraldamisel. Kolmas peatükk on eneserefleksioon, kus analüüsin omandatud oskuseid ja kogemusi.

Julgust oma loomingut näituseks vormistada ammutasin tagasisidest, mida olin saanud ajalehes Sakala üle aasta ilmunud tööde puhul. Mitmed portreeritavad soovisid originaale pärast avaldamist endale, konstruktiivset ja innustavat kriitikat sain ka professionaalsete kunstnike ja galeristide käest. Sellest kõigest jäi mulle mulje, et nii šaržikunst kui žanr kui ka minu joonistamisstiil lähevad inimestele arvatust rohkem korda. Valisin näituse korraldamise eraisikuna ja ilma meeskonnata, sest soovisin isiklikult läbi teha kõik protsessi etapid. Korraldustöö hõlmas väljapaneku koostamist ja disaini, näitusepaikade otsimist, eelarve koostamist ja rahastuse otsimist, kokkulepete sõlmimist, näituste avamissündmuste korraldamist ning turundustegevusi alates tekstide koostamisest ja plakati kujundusest kuni intervjuude andmiseni. Kasutasin konsultantide abi näitusmaterjali viimistlemise ja väljapaneku disaini juures. Näituse korraldamiseks vajamineva rahastuse hankisin peamiselt

ühisrahastusplatvormi Hooandja kaudu ning osaliselt ka Eesti Kultuurkapitalist ja sponsoritelt.

Töö käigus ilmnis vajadus edaspidi uurida ja kirjeldada veel näituse korraldamisega seotud teemasid nagu näiteks psühholoogilisi aspekte juhul, kui autor on samas ka näituse kuraator, motivatsiooni juhtimise teooriaid ja nende rakendamise võimalusi ning teooriad kunsti mõjust ja rollist inimeste elus, et neid teadmisi oleks näituste korraldajatel võimalik kasutada turundustegevustes.

1. NÄITUSE KORRALDAMISEGA SEOTUD TEOORIAD

Näitusega seotud teooriad olid minule kättesaadavates allikates suuremas osas muuseumitöö korraldamise kontekstis. Käesolevas töös on välja toodud sellised teooriad, mis on ülekantavad ka muudele, mitte ainult muuseumi kontekstis spetsiifilistele näitustele. Minu soov on teooriatest ja mõistetest koostada hõlpsalt loetav ja jälgitav materjal, mis oleks abiks algajale näitusekorraldajale.

1.1. Näituse mõiste, näituste tüübid ja missioonid

Näituste korraldamise ajaloost on dateeritud fakt, mis ulatub 17.sajandisse. 1648.a loodi Prantsuse kuninglik maali- ja skulptuuriakadeemia ning taheti hakata korraldama salonginäitusi. Kunstiringkondades läks idee sünnist selle tunnustamiseni ligi 100 aastat, kuna kunstniku populaarsust markeeris tol ajal tellimuste arv. Teose tegemist, mida polnud tellitud, peeti kunstnikule alandavaks, seepärast said salonginäitused alles 1700-ndate esimeses pooles populaarseteks kooskäimise ja avaliku arutelu kohtadeks (Härm 2016).

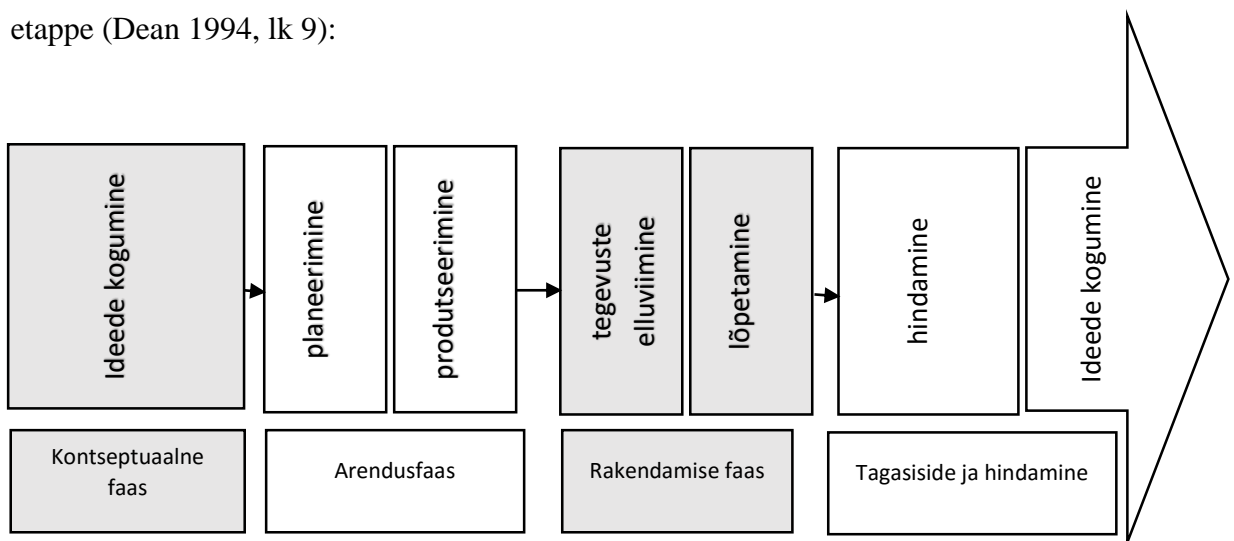
Eesti keele seletava sõnaraamatu järgi on näitus vaatamiseks, tutvumiseks või millestki ülevaate andmiseks väljapandud esemed (tooted, kunstiteosed jne.), samuti avalik väljapanek, ekspositsioon; ruumid või territoorium, kus selline väljapanek asub (EKI 2013 sub **näitus**). Näituseid puudutavas ingliskeelses erialakirjanduses kasutatakse näituse mõiste defineerimisel lisaks *exhibit*-ile ja *exhibition*-ile ka sõna *display*. Kõik need sõnad tähendavad näitust, aga sisaldavad tähenduslikke erisusi. Näiteks *display* tähendab näitust kui objektide väljapanekut ilma, et objektid oleks kuidagi eriliselt tõlgendatud kontekstis. *Exhibit* tähendab tavaliselt teatud ruumiga piiratud väljapanekut objektidest ja tõlgendust nende objektide tähendusest. *Exhibition* on põhjalik ja kõikehõlmav objektide, sealhulgas näituste (*exhibit*) jm väljapanekute kokkukuuluv kollektsioon, mis vormitakse objektidest ja infost ning mis on avalikkusele kättesaadav (Dean 1994, lk 3). Kadri Viirese järgi on näitus kommunikatsioonivahend teadmiste, kogemuste, ideede ja emotsioonide edasi andmiseks,

mille eesmärk võib olla hariduslik või meelelahutuslik. Objektikeskne näitus on näiteks kunstinäitus, infokeskne näiteks ajaloonäitus. Näitusel on suurem mõju, kui kombineeritakse objekte ja infot ning luuakse neile tõlgendav kontekst (Viires s.a). Missioonipõhiselt eristuvad mittetulunduslikud ja kommertsnäitused. Viimaste puhul defineerib nimetus sisu iseenesest. Kommertsnäituste eesmärgiks on läbi näituse müüa tooteid või teenuseid. Mittetulunduslike näituste puhul on eesmärgiks ülekantud tähenduses ideede müümine, mõne organisatsiooni põhimõtete tutvustamine, avalikkuse hoiakute kujundamine, suhtumise muutmine ja teadmiste edasi andmine (Dean 1994, lk 2).

1.2. Näituse planeerimise ja korraldamisega seotud teooriad

Näituseprojekti tunnused kattuvad projektijuhtimise teooriates kasutatavate tunnustega. Projektidel on eesmärgid, need on selgelt defineeritud sihiga ning määratud lahendama üht või mitut probleemi. Projektid peavad olema realistlikud, st eesmärgid peavad olema saavutatavad, mis tähendab arvestamist nõuetega ning olemasolevate või taotletavate vahenditega. Projektid on ajaliselt ja ruumiliselt piiratud, neil on kindel algus ja lõpp. Projektid on kompleksed, st need nõuavad erinevate oskuste rakendamist ja meeskonnas töötamist. Projektid koosnevad etappidest ja projekti on võimalik hinnata (Euroopa Nõukogu Kirjastus 2000, lk 31).

Joonisel 1 on toodud näituseprojekti mudel, mis haarab kõiki näituse korraldamise faase ja etappe (Dean 1994, lk 9):



Joonis 1 Näituseprojekti mudel (Allikas: Dean 1994, lk 9)

Viirese järgi on näituse tegevuste kolm põhilist fookust näituse objektid, ressursid ja kahe eelneva eesmärgipärane kooskõlas koordineerimine (Viires s.a.), aga kui joonisel 1 kujutatud mudeli etappe järgida, siis jagunevad näituse korraldamise tegevused detailsemalt järgmiselt (Dean 1994, lk 9-11):

1. Kontseptuaalse faasi ülesanded on ideedega tegelemine, publiku vajaduste ja esitluspaikade missioonide võrdlemine, ideede hulgast valiku tegemine ja vajalike ressursside kaardistamine. Kontseptuaalse faasi tulemiks on valminud tegevuste ajakava ja potentsiaalsete vahendite loetelu.
2. Arendusfaasi planeerimise etapis tegeletakse näituse objektile suunatud tegevustega nagu näituse eesmärkide seadmine, stsenaariumi kirjutamine, füüsilise väljapaneku disain, haridusprogrammi koostamine (samas, lk 10) ja lisan omalt poolt näituse sihtgruppide määratlemise ja riskianalüüsi tegemise. Samuti koostatakse eelarve, tegeletakse rahastuse otsimisega fondidest ja sponsoritelt. Arendusfaasi planeerimisjärgu tulemiks on valminud näituseplaan, vajadusel haridusprogramm ja näituse kampaania plaan. Arendusfaasi produtseerimise etapis on tegevusteks näituse komponentide ettevalmistamine, näituse ülespanek, vajadusel haridusprogrammi täiustamine ja programmi läbiviijate koolitus. Samuti on vaja järjepidevalt kontrollida tegevuste elluviimist. Arendusfaasi tulemiks on publikule näitamiseks valmis näitus ja vajadusel haridusprogramm.
3. Rakendamise faasi tegevuste hulka kuuluvad näituse regulaarne esitlemine publikule, toimiv haridusprogramm, publikult tagasiside kogumine, näituse väljapaneku korrasolu tagamine, sh turvalisuse tagamine. Samaaegselt on vaja tegelda arvetega ning personali ja teenuste administreerimisega. Rakendusfaasi tulemiks on näituseprojekti eesmärkide saavutamine ja näituse kollektsiooni, objektide heas korras säilumine.
4. Tagasiside- ja hindamisfaasis hinnatakse näitust ja protsesse, koostatakse hindamisraport. Selle faasi tulemiks on hinnang projektile ning ettepanekud edaspidiseks.

Ülaltoodud etappe saab edukalt kasutada tervikliku tegevusplaani koostamisel.

Näituse arendusfaasis on oluline ka näituse disain. Inimesed on ammustest aegadest peale kasutanud objekte ja keskkonda nende ümber nii sakraalsete kui profaansete toimingutele tähenduse andmiseks ja kommunikatsiooniks. Näituse korraldaja peakski eesmärgiks

seadma kommunikatsiooni ja keskkonna sulandamist ühtseks infoväljaks, mille abil edasi anda soovitud signaale. Näituse disain tähendab suure hulga erinevate komponentide koosmõju planeerimist, saavutamist ja kommunikeerimist. Osisteks, millest näituse disain koosneb, võivad olla arhitektuur, interjäär, graafiline disain, printmaterjalid, elektroonilised ja digitaalsed meediumid, valgus, helikujundus, mehaanilised konstruktsioonid ja muud atmosfääri kujundamise detailid (Lorenc, Skolnick, Berger 2008, lk 8-9).

Näituse disainimisel on esmatähtis küsimus, et milline on publik. Deani järgi on näituse disain jagatud erinevatest eesmärkidest tulenevate kriteeriumite põhjal. Näiteks peaks läbi mõtlema publikule emotsionaalse atmosfääri tekitamise mõju peale. Näitust saab disainida formaalseks või mitteformaalseks, külmaks või soojaks, maskuliinseks või feminiinseks, avalikuks või privaatseks, peenetundeliseks või vulgaarseks (Dean 1994, lk 49). Üks võimalus näituse disaini peenhäälestuseks on inimeste käitumuslikke eripärasid arvesse võtta. Näiteks on uurimused tõestanud, et enamus inimesi pööravad võrdsete tingimuste korral ruumis paremale poole, samuti keskendutakse pigem paremal poola asuvale seinale, kui samas vasakul pool asuv sein saab vähema tähelepanu osaliseks. Mida väljapaneku lõpupoole, seda vähem tähelepanu näituse objektid saavad. Uurimuste järgi tunnevad inimesed end näitusesaalis turvalisemalt ja lõõgastatumalt, kui väljapääs ruumist on arusaadavalt markeeritud. Näituse, kui kommunikatsioonivahendi puhul, on kindlasti oluline teada, et inimesed märkavad ruumi sisenedes esmalt suuri objekte ning loevad eelistatult suuremaid tekste ja jälgivad alateadlikult ruumis kujutatud suunavaid jooni (samas, lk 51-52).

Väga tähtis on näituse disaini juures lisaks esteetikale ja kommunikatsioonile mõelda ka praktiliste keskkonda mõjutavate tegurite peale, mis on näiteks ruumi/näitusepaiga temperatuur, õhuniiskus, õhu puhtus/keemiliste ühendite või muu saaste olemasolu, bioloogiliste organismide mõju ruumis/näitusepagas, materjalide omavaheline reageerimine ning võimalik mõju publikule, loomuliku valguse mõju näiteks valguslahendustele või näituse objektidele (samas, lk 67). Näituste puhul pole olemas universaalset disaini. Iga projekti puhul oleks vaja läbi mõelda ja koostada kontseptsioon, vajadusel erinevaid valdkondi tundvaid spetsialiste kaasates.

1.3. Näituste kureerimine, kuraatori mõiste

Kuraatoriks Eestis koolis õppida ei saa, kuraatoriks kujunetakse ja tööks vajalikud oskused ilmnevad alles protsessi käigus (Leet 2013). Sõnaraamatu järgi on kuraator näituste kontekstis kunstinäituse koostaja mingi kontseptsiooni alusel (EKI 2013 sub **kuraator**). Ajalooliselt on kuraatori roll olnud kollektsioonide uurimine ja arendamine ning näituse konteksti andmine mingi institutsiooni piires. Kaasaegse kunsti kuraatorite roll on avaliku dialoogi loomine ning panustamine ideede avalikkuseni toomine. Samas on kuraator ka see, kes loob võimalusi kunstnikele (Curatorial toolkit 2010, lk 5). Viljandis asuva Kondase Keskuse kuraatori sõnul on kuraator sillaks loomeinimeste ja publiku vahel (Leet 2013).

Kuraatorilt eeldatakse loovpraktikatega kursis olemist, pidevat erialase info töötlemist ning tema rolli kirjeldatakse järgmiselt (Curatorial toolkit, lk 5):

- 1) kuraator määratleb kunsti/muu näitusematerjali publikule esitlemise kontseptsiooni;
- 2) kuraatori osaks on näituse korraldamine ning kunstniku ja tema tööde tutvustamine;
- 3) kuraator tajub kontekstipõhist infovälja ja esindab nii galerii kui ka kunstniku huvisid, neid ühendades;
- 4) kuraatori ülesandeks on koostada professionaalidele ja avalikkusele suunatud näitusega seotud tekste, nii didaktilisi kui ka turunduslikel eesmärkidel.

Erinevad koolkonnad on kuraatori rolli suhtes erinevatel seisukohtadel. Ühed peavad kuraatorit kunstnikuks, kes realiseerib oma ideid ja oskusi teiste loodud kunsti tõlgendamisel ja esitlemisel ning loob uusi kontekste. Teised on seda meelt, et näituse kureerimine on loominguline tegevus, kuid kuraator ei ole kunstnik. Kuraator räägib kunstniku kaudu, kuid ta ei saa näitusega edastada muud sõnumit, kui seda, mis kunstniku poolt teostesse pandud on (Härm 2016).

2. NÄITUSE „SAKALA ŠARŽID“ KORRALDAMINE

2.1. Näituse „Sakala šaržid“ korraldamise taust, missioon ja kirjeldus

Šarž on Eesti seletava sõnaraamatu järgi humoristlik või satiiriline portree, mis liialdab kujutatava iseloomulikke jooni (EKI 2013 sub **šarž**). „Šarž on inimese sisu, iseloom. See nõuab eriannet, seepärast ongi šaržitegijaid nii vähe,” on öelnud Hugo Hiibus, üks tuntumaid šaržimeistreid Eestis. Šaržitegijaid on vähe, kuid need pildid pakuvad huvi paljudele (Tamm 2012). Näituse „Sakala šaržid“ korraldamise mõte kujunes mul siis, kui täitus aasta koostööd Viljandi maakonnalehega Sakala. Alates 2014.a lõpust olen illustreerinud iganädalaselt ilmuvaid persoonilugusid šaržidega. Ajalehe Sakala persoonilood, mis ilmuvad laupäevastes väljaannetes, on Viljandimaaga seotud inimestest, kes oma tegevusega silma paistnud on. Avastasin joonistades, et minu ümber on nii palju häid, andekaid, tarku ja ettevõtlikke inimesi, kellest õnnestus teada saada tänu ajalehele Sakala. Samas oli näitus minu kui kunstniku võimalus ennast tutvustada läbi teema, mis võiks vähetuntud autori puhul publikule muudest näitusetemaadest kõitvam olla. Viimast võib järeldada ajalehes ilmunud piltidele saadud teatavast tunnustusest. Seega on näituse missioon viidata kohaliku maakonnalehe rollile kogukonnatunde tugevdamises läbi tutvustatavate inimeste persoonilugudes ning esitleda ennast kui šaržikunstnikku publikule. Valminud tööd ja selgunud teema õnnestus ajastada selliselt, et näitusest „Sakala šaržid“ sai ühtlasi TÜ Viljandi Kultuuriakadeemia loov-praktiline lõputöö.

Näitus koosneb 21-st šaržist, mis on välja valitud ligi 70-st ajalehes avaldatud pildist. Valik on tehtud nii, et saaks esitleda erinevates tehnikates töid. Välja on valitud tušijoonistused, digijoonistused, värviliste pliiatsitega valminud tööd jne. A4 formaadis pildid on raamitud 40 x 40 cm valgetesse raamidesse, mis ühtlustab erinevatest tehnikatest tulenevat kirjusust. Kontrastina pilgupüüdjaks on kolm tööd mustades raamides. Viljandi ja Karksi näitusel pole tööde juurde kirjutatud portreeteritud inimeste nimesid, kuna ühelt poolt on need pildid ilmunud ajalehes Sakala ja teiselt poolt on suurem osa neist inimestest kohalikele niigi

tuttavad. Siltide puudumine loob ka tasakaalu kahe eesmärgi vahel, sest kui tähelepanu pole kõigi mõeldavate vahenditega ainult pildil olevale isikule suunatud, jääb näituse vaatlejal ruumi ka piltide tehnilisele poolele tähelepanu pöörata. Kui inimene joonistusel on tuttav, on äratundmisrõõm lisaväärtuseks näituse nautimisel. Seda ideed toetas ka üks näitusekülastaja, kes vestluses tagasisidena seda nüanssi näituse disaini juures märkas ja märkis. Jõhvis on näitust tutvustava teksti juures viidatud inimestele piltidel ja kontekst, miks nendest inimestest persoonilood on tehtud. Selline täiendus on võrreldes Viljandimaal eksponeeritavate väljapanekutega tehtud, sest loodan nõnda Ida-Virumaa inimestele Viljandimaad tutvustada läbi asjalike ja toredate inimeste portreede. Lisaks piltidele on näituseruumis ekraan, millelt saab jälgida aina taasesitatavat üheminutilist joonisfilmi, mille tegin Hooandja ühisrahastusplatvormi jaoks oma projekti tutvustamiseks. Joonisfilm illustreerib lühidalt humoorikas võtmes näituse ideed.

Alljärgnev analüüs on tehtud Viljandi näituse korraldamise põhjal ning Jõhvi ja Karksi näituste prognoose kasutades, kuna käesolev töö valmimise ajaks oli toimunud kolmest üks, Viljandi näitus, ning Jõhvi näituse avamissündmus.

2.2. Sihtrühmade määratlemine, näitusepaikade valik ja väljapaneku disain

Publiku olemasolu on näituse loomise mõte. See, kes on publik, on põhjapanevamaid küsimusi näituse koostamise juures. Mida täpsemalt suudetakse määratleda sihtrühmad, seda suurem on võimalus info võimalikult efektiivselt õigete inimesteni viia. Näituse korraldaja ei tohiks sihtrühma kirjeldades jääda üldsõnaliseks ega peatuda tunnuse „kunstihuviline Eesti inimene“ juures (Adra-Entsik 2013). Näituse auditooriumit saab määratleda kahes kategoorias, sihtrühma ja sidusrühmana. Sihtrühmade puhul on küsimus selles, kellele millist näitust pakkuda. Sidusrühmade puhul on tegemist näituse võimaliku partneriga, kaasloojaga, kellele läheb korda näituse käekäik ning kellel on kas teatav võim näituse heaks midagi teha või kelle tegevus on mõjutatav näitusest (Lepik 2014, lk 55). Sihtrühmade määratlemiseks on võimalus kirjeldada tunnuseid nagu näiteks vanust, sugu, elukohta, tehnoloogilist, poliitilist ja kultuurikeskkonda jne, mis annaksid võimaluse publiku tunnustele vastavaid turundustegevusi paanida (Kuusik 2010, lk 66-70).

Sihtrühmi saab määratleda ka selle järgi, kuidas publik ise ennast identifitseerib. Kõige parem võimalus näitusekülastajate profiilide koostamiseks on näituseruumis kohapeal intervjuusid ja küsitlusi läbi viia. Professor John H. Falki (2009) järgi võtavad näituse külastajad endale järgmiseid rolle: **avastaja**, kes rahuldab oma uudishimu; **vahendaja**, kes on näiteks tartlane ja viib oma Tallinna sugulased Tartus Eesti Rahva Muuseumisse; **kogemuse otsija**, kes soovib näitusel midagi uut ja märkimisväärset kohata; **professionaal** ja **huvituja** külastavad näitust oma töö või hobiga seoses; **austust avaldavad palverändurid** lähevad näitusele austama nende mälestust, kelle tegevust näitus kajastab; **läheduseotsijad** lähevad näitusele, mis on suutnud puudutada nende arusaamu mingist väärtusest või hoopis isikust, kes näituse keskmes on (Lepik 2014, lk 56).

Pitman ja Hirzy (2010) toovad välja näituse külastajate neli tüüpi. **Vaatlejad** soovivad külastada näitust, omandades siltidelt ka pisut uusi teadmisi, aga peamine eesmärk on meelt lahutada, olles samas varustatud kõigi mugavustega, alates heast parkimiskohast kuni kättesaadava infomaterjalini. **Osalejad** naudivad õppimist ja näituse külastamise sotsiaalset külge. Nad osalevad meelsasti ekskursioonidel, seminaridel, tahavad tutvuda eksponaatide lugudega ja neile valmistaks head meelt, kui nad saaksid näiteks õpitoas mõne uue oskuse omandada. **Iseseisvad** tahavad näitust külastada omapäi, väljapanekut oma tempos uurides ja tõlgendades. Neile meeldiks kohtuda ja luua otsekontakte kunstnike või kollektsionääridega. **Entusiastid** on ka praktikud, kes valdavad erialast terminoloogiat ja osalevad hea meelega oma valdkonnaga seotud sündmustel. Ka neile meeldiks õppida uusi oskusi oma valdkonna kohta ning osalusündmustes kaasa lüüa (Lepik 2014, lk 57).

Minu näituse sihtrühmad on Falki järgi avastajad, kes rahuldavad oma uudishimu ja otsivad meelelahutust ja kellele minu näituse kontekstis võiks neile huvi pakkuda kohalike ja suure tõenäosusega tuttavate inimeste kujutamine šaržidel. Teine sihtrühm on professionaalid ja huvitujad, kes soovivad lähemalt tutvuda ajalehes nähtud, kuid trükikvaliteedi poolt moondunud piltide originaale lähemalt vaadelda. Kolmas sihtrühm on kombinatsioon austust avaldavatest palveränduritest ja läheduseotsijatest. Avastajad ehk meelelahutuse otsijad on tõenäoliselt näituste püsikülastajad, kellele peaks info harjumuspärastes näituseid puudutavates kohtades kättesaadav olema. Sama kehtib professionaalide ja huvitujate kohta. Mõlema sihtrühma puhul arvestasin, et nad jälgivad kuulutustetahveleid, ajalehes ilmuvat infot näituste kohta ja otsivad uudiseid internetist. Kolmanda sihtrühma, palverändurite ja läheduseotsijate puhul pidasin silmas, et suunata infot nendesse kanalitesse, kust nad

tavaliselt minuga suhtlevad või infot saavad, so peamiselt sotsiaalmeedia. Kui avastajad on minu näituse puhul pigem juhuslikud inimesed, kellele on ligipääs vaid avalikes infokanalites, siis teised kaks sihtrühma on kättesaadavad ka isiklike kontaktide vahendusel, näiteks otsepostituse ja teadaolevate meililistide kaudu.

Näitusepaikade valikul lähtusin näituse eesmärgist, panna publikut mõtlema oma kogukonna inimeste tundmise olulisusest ja maakonnalehe Sakala rolli selle juures. Selleks oli vaja leida kohad, kus publik on harjunud näitustel käima, aga kuhu satub pidevalt ka nõ uut publikut muude sündmuste, näiteks kino, kontserdid, seminarid, koosolekud jms, tõttu. Lisaks pidasin silmas, et tagatud oleks hea ligipääs ja arusaadav korraldus näitusepaigas (parkimine, sissepääsud, viidatud näitusepaik). Teine eesmärk, tutvustada ennast šaržikunstnikuna publikule, oli samuti üks näituse koha otsimise mõjur. Mõlemat eesmärki arvesse võttes oli vaja leida näitusepind, kuhu on hea juurdepääs võimalikult suurel publikul. Kokkuvõttes leidsin, et eesmärkide täitmist silmas pidades on mõistlik valida kohad, kus erinevate sündmuste tõttu käib palju rahvast ning kus näitusele ka juhuslikult sattumine on väga tõenäoline. Kohavaliku juures oli oluline silmas pidada ka seda, et näitusele tulekuks oleks tagatud juurdepääs ka liikumisvaegusega inimestele. Nägemisvaegusega inimeste jaoks ei olnud mul vähest ajavaru arvestades võimalik ette valmistada. Pildi helikirjelduste salvestamine ja salvestuste esitamise vahendite soetamine oleks kiirustades tegutsedes ka eelarve täitmise ebatõenäoliseks muutnud.

Enda näituse disainimise juures kasutasin kogenud konsultantide abi. Käisin raamimise proove tegemas ja nõu pidamas Viljandi Maksifotos, kus töötavad inimesed, kes on seotud Viljandi Fotoklubi jpt näituste korraldamisega ning kes oskavad soovitada viimistlusvahendeid ja –viise. Samuti konsulteerisin Viljandi Linnagalerii galeristiga, kes andis häid soovitusi ning aitas väljapaneku koostamisel fookust hoida.

2.2.1. Näitusepaikade taust ja kohtade valiku põhjendused

Viljandis on pikaajaline kunstinäituste korraldamise traditsioon. MA Sakala Keskuse alla kuuluva Viljandi Linnagalerii hallata on kaks näitusesaali, millest üks asub Viljandi Linnaraamatukogu hoones, teine Sakala Keskuse hoones. MA Sakala Keskuse koosseisu kuulub ka autsaiderkunsti keskuseks kujunenud Kondase Keskus (Viljandi linna arengukava 2013, lk 13). Näituseid korraldatakse regulaarselt muuhulgas Viljandi Linnaraamatukogu näitusepindadel, Pärimusmuusika Aidas, Enn Põldroosi majamuuseumis, Viljandi muuseumis, Imagi galeriis jne. Väga heal tasemel töid eksponeeritakse ka näiteks kohvikus Fellin. Mõte näitust korraldada sai alguse Viljandi näituse planeerimisest. Põhjus on ilmne, sest siin on kõige rohkem publikut, kellele antud šaržid mitmes mõttes korda võivad minna.

Jõhvi on Ida-Virumaa keskus, seal asub SA Eesti Kontserdi koosseisu kuuluv Jõhvi Kontserdimaja. Näituseid korraldatakse Jõhvis linnagaleriis, kunstikoolis ja Jõhvi kindluskiriku muuseumis (Jõhvi valla arengukava...2014) Jõhvi Kultuuri- ja Huvikeskuses asub Jõhvi Linnagalerii, kus on näitusi korraldatud alates 2006.a. Galerii eesmärk on kajastada kaasaegseid kunstisuundi ja korraldada vähemalt üks välikunsti näitus aastas (Huvikeskus 2016). Valik Jõhvis näitus korraldada oli emotsionaalne, ülekantud tähenduses silla ehitamine minu kahe kodupaiga vahel, sest mu elukoht on Viljandis, aga pärit olen Ida-Virumaalt.

Karksi Kultuurikeskuse valisin selle tõttu, et Karksi asub Viljandist piisavalt kaugel ning tõenäosus, et Karksi inimesed ei võta minu näitusele tulemist spetsiaalselt ette, on suur. Karksi Kultuurikeskuse traditsioonilised sündmused on näiteks Karksi valla kodukandipäevad, vabariigi aastapäev, Jüriöö- ja Kitzbergi mäejooksud, eakate päev, isade- ja emadepäev, kodanikupäev, rahvakalendritähtpäevad, kevadkontsert oma maja taidlejatelt, Karksi Kultuurikeskuse sünnipäeva tähistamine ja kultuuriloojate auraamatusse kandmine, õpetajate päeva vastuvõtt, lastekaitsepäev, I advendil kuuseküünalde süütamine, jõululaat, kuuskede kaunistamise konkurss jne. Lisaks korraldatakse tantsuõhtuid, kontserte ja näidatakse filme. Näitused on aastaringselt väljas kahes saalis, näituseid vahetatakse kord kuus. Karksi Kultuurikeskusest prognoositi minu näituse külastajate arvuks vähemalt 500 inimest, kuna samal perioodil toimuvad seal nii põhikooli- kui ka gümnaasiumiklasside lõpuõhtud.

2.3. Näituse „Sakala šaržid“ eelarve, rahastamine ja riskide hindamine

Näituse korraldamise kontseptuaalses faasis kaalusin vajadust kaasata korraldamistööle mõni organisatsioon. Otsuse tegemisel olid kaks põhilist valikukriteeriumit. Organisatsiooni kaasamisel oleksin saanud arvestada mingil määral selle organisatsiooni inimesega kui oma meeskonnaga, kuid ma oleks oma tegevustes ja võimalike muutuste tegemisel olnud liiga sõltuv. Rahastamisvõimaluste puhul olid aga kõik allika ligipääsetavad ka eraisikutele. seega otsustasin kõiki asjaolusid arvesse võttes näituse korraldada eraisikuna.

Näituse „Sakala šaržid“ prognoositav eelarve järgi oli 1156,85eurot.

Tabel 1 Prognoositav eelarve

| Jrk | Kululiik | Summa eurodes | Tuluallikas | Summa eurodes |
|-----|-----------------------------------|------------------|----------------------|------------------|
| 1. | Tööde viimistlemine, KM-ga | 504,00 | Hooandja ühisrahastu | 550,00 |
| 2. | Transport | 261,00 | Ida-Virumaa Kulka | 120,00 |
| 3. | Ruumide rent | 38,35 | Viljandi Kulka | 100,00 |
| 4. | Printreklaam | 40,00 | Sponsorlus | 135,00 |
| 5. | Teenustasu Hooandjale | 38,50 | Omafinantseering | 251,85 |
| 6. | Tulumaks saadud annetuselt 20% | 110,00 | | |
| 7. | Avamissündmuste korraldamine | 135,00 | | |
| 8. | Muud tegevuskulud | 30,00 | | |
| | Kokku | 1156,85 | | 1156,85 |

Näituse eelarve koostas tegevusplaani põhjal. Enne eelarve tegemist võtsin teenusepakkujatelt hinnapakkumised, seega sai koostatud eelarve realistlik. Eelarve täitmine on enne viimast, Karksi kultuurikeskuses toimuva näitust, kulgenud plaanipäraselt. Eesti Kultuurkapitalist saamata jäänud transporditoetuse korvasin omafinantseeringu abil.

Näituse läbiviimiseks, täpsemalt transpordikulude katmiseks, taotlesin raha Eesti Kultuurkapitali Ida-Virumaa ja Viljandimaa ekspertgruppidest 2016.a esimesest jaotusest.

Viljandimaa ekspertgrupp toetab maakonnas tegutsevaid erinevate kunstiliikide harrastajaid. Näituseprojekti puhul oli vaja taotlusega koos esitada ka ideekavandi tutvustus (vt lisa 1) ja näitusepaikade kinnituskirjad broneeringu kohta (Kulka 2016). Taotluse tegin 100 euro saamiseks, et katta transpordikulused Jõhvi näituse korraldamisel ja taotlus rahuldati osaliselt, transpordikulude katteks eraldati 60 eurot küsitud summast. Ida-Virumaa ekspertgrupp, kust taotlesin samuti raha transpordikulude katmiseks, vastas eitavalt. Projekti vormikohase finants- ja sisulise aruande pean esitama ühe kuu jooksul pärast projekti lõppu, so 2016.a juulis.

Piltide väljapanekuks viimistlemise summa saamiseks pöördusin kirjutasin projekti Hooandja MTÜ-le, mis on 2012. a tegevust alustanud mittetulundusühing, mille tegevus on loovate ja kodanikuühiskonna projektide ühisrahastusplatvorm (Hooandja 2016), kus saab koguda ja annetada raha loovprojektide elluviimiseks. Raha saab projekti algataja kätte sel juhul, kui õnnestub täis saada kogu plaanitud summa määratud aja jooksul. Hooandja projekti jaoks valmistasin pooleteistminutilise joonisfilmi, mis tutvustas näituse ideed ja sisaldas üleskutset aidata koguda raha näitusele minevate šaržide raamimiseks. Taotletud 560 euro asemel annetati 795 eurot. Hooandjast raha taotlemist alustades oli vaja arvesse võtta, et õnnestunud projekti korral läheb summast maha 7% Hooandja teenustasuks. Ka on vaja arvestada projekti toetajate tänukingituste valmistamiseks või kätte toimetamiseks vajamineva summaga. Hooandjas toetajate motiveerimiseks pakkusin välja enda tehtud meeneid ja joonistusi. Hooandja projekti eelarvet planeerides peab arvestama peab ka tulumaksukohustusega. 2016.a kehtiva Tulumaksuseaduse § 12 lõike 1 kohaselt maksustatakse tulumaksuga residendist füüsilise isiku poolt maksustamisperioodil Eestis ja väljaspool Eestit kõikidest tuluallikatest saadud tulu. Tulumaksu määr on 2016.a 20% (EMTA 2016).

Nii Viljandi kui Jõhvi näituse avamise puhul pakkusid külalistele suupisteid sponsorid. Sponsorite toetuse saamiseks saatsin meilid palvega toetada näituste avamist. Viljandi puhul vastati kaheksa saadetud meili puhul kolmel puhul positiivselt. Jõhvi näituse avamiseks pöördusin tuttava toitlustaja poole ja sain positiivse vastuse. Sponsoritele pakkusin tänuks toetuse eest võimalust panna näituse avamise ajaks ruumi nende sümbolikaga trükiseid ja lauale sildi ettevõtte nimega. Samuti jagasin nende kohta infot ja avaldasin tänu oma sündmuste Facebooki lehtedel.

Kuna minu näituse korraldamise rahastus sõltus suuresti toetustest, siis pidasin vajalikuks läbi mõelda ka võimalikud meetmed selleks puhuks, kui rahastust loodetud allikatest ei õnnestu saada. Samuti kaalusin teisi võimalikke riske ja kaardistasin meetmed riskide maandamiseks (vt lisa 2).

2.4. Näituse „Sakala šaržid“ turundustegevused

Turunduse definitsioone on erinevaid. Seda käsitletakse kui protsessi, kus ideede, toodete ja teenuste turundamiseks luuakse kontseptsioon hinnakujundusest, promotsiooni ja jaotuse planeerimisest ning täideviimisest, et saavutada kõiki osapooli rahuldav tulemus. Samuti defineeritakse turundust meetmena klientide vajaduste kindlakstegemisest ja rahuldamisest ettevõttele kasumlikumal viisil. Lühidalt on turundus kasulike klientide leidmise ja hoidmise ning kasulike kliendisuhete arendamise teadus ja kunst (Kuusik 2010, lk 15-16).

Turunduseesmärkide saavutamisel lähtusin kahest näitusele seatud eesmärgist, anda mõtteainet oma kogukonna inimeste tundmise olulisusest ja ajalehe Sakala rollist selle juures ning enda kui kunstniku tutvustamist. Seega oli vaja moodustada mõlema eesmärgi saavutamist toetav turundussõnum. Näituse „Sakala šaržid“ puhul on tegemist mittetulundusliku näitusega. Fookussõnumite väljatöötamisel lähtusin näituse tüüpe kirjeldavast teooriast, kus märgiti, et mittetulunduslikku tüüpi näituse eesmärk võib olla kunstniku ideede tutvustamine ja ülekantud tähenduses müümine ning hoiakute tutvustamine (Dean 1994, lk 2).

Näituse „Sakala šaržid“ turundusplaani ette valmistades alustasin sihtrühmade määratlemisest ja info kogumisega näitusepaikadest. Turunduse planeerimiseks selgitasin välja, millisel määral kaasutakse näituse korraldamisel erinevates kohtades. Sain teada, et Viljandi Linnagalerii puhul saadetakse välja pressiteated, infot jagatakse Sakala Keskuse kodulehel ja Facebookis nii Sakala Keskuse kui ka Viljandi Linnagalerii lehtedel. Plakatid kujundatakse ja trükitakse Sakala Keskuse sümboolikat kasutades ja plakatite jaotus Viljandi linnas ja lähiümbruses on nende poolt korraldatud. Jõhvis saadetakse välja pressitekst, info jagatakse Jõhvi Kontserdimaja kodulehel, plakatite kujundus on vaja ise teha või tellida, printimine ja jaotus on nende poolt.

Karksi kultuurikeskuses valmistatakse vajadusel plakatite kujundus ning plakatid prinditakse ja jaotakse väljakujunenud kohtades. Samuti reklaamitakse saabuval ja toimuvat sündmusi kultuurikeskuse kodulehel ja Facebookis.

Näituse idee kujunemise ajal võtsin ühendust Sakala toimetusega, kust sain kindluse, et kajastused näituse kohta Viljandi maakonnalehes tulevad. Jõhvi näituse eel võttis minuga ühendust Ida-Viru maakonnalehe Põhjarannik ajakirjanik, kes soovis Jõhvi näituse eel minuga intervjuud teha. Turundustegevusena arvestasin ka Hooandja projekti kulgu, sest info näituse ja minu tööde kohta avaldatakse Hooandja portaalis, mille tegevuse kajastus jõuab ligi 8000 jälgijani Facebookis. Tasulist reklaami ma teha ei soovinud, kasutasin võimalusi, mida pakkusid näitusepaigad ning sotsiaalmeedia, eelkõige Facebook. Viljandi näituse puhul tootis plakatid ja tegeles jaotusega näitusepinna pakkuja Sakala Keskus. Kokku tehti ja jaotati Viljandis 25 plakatit.

Jõhvi näituse puhul tegin plakati kujunduse ise. Kui Viljandi näituse plakatikujunduses oli kasutatud ajalehe Sakala päisekirja ja teistest plakatitest eristumiseks kaadreid Hooandja jaoks tehtud joonisfilmist, siis Jõhvi plakati jaoks (vt lisa 3) valisin šarži Ieva Ilvesest, Eesti presidendi abikaasast, kelle nägu peaks tuttav olema ka inimestele väljaspool Viljandimaad. Trükkimise pidi korraldama näitusepinna pakkuja, aga tehniliste tõrgete tõttu pöördusin siiski printreklaamiga tegeleva ettevõtte poole Jõhvis, kust sain väga hea kvaliteediga plakatid, kuigi ette planeerimata lisatasu eest. Jaotusega tegeles Jõhvi Kontserdimaja töötaja ja osaliselt jagasin plakateid ise. Kokku jagati Jõhvis, Kohtla-Järvel, Toilas ja mujal 20 plakatit.

Kuna näitust puudutavate tekstid, pressiteadetest intervjuudeni, on ainus materjal, mis on näituseprojekti puhul tõeliselt jääv, peab neisse erilise hoolega suhtuma. Sellepärast palusin oma pressiteksti (vt lisa 4) koostada Viljandi Linnagalerii galeristil, kellel on vastav kogemus ja kes annab oma haridusliku- ja tegevustausuga tekstile ka teatavat kaalu. Tekstide koostamisel lähtusin projekti eesmärkidest, seega jälgisin tekstide koostamisel alati, et oleks kasutatud nii ajalehe Sakala kui minu nimi ning võimalusel selgitatud näituse missiooni.

Vääramatu jõu sekkumisena turundustegevustesse käsitlen Brüsselis toimunud plahvatusi 22.03.2016.a, sellel päeval, kui Sakala veebiväljaandes pidi avaldatama minu Hooandja

projekti video ja tekst. Otsustasime pärast arupidamist Sakala toimetusega seda mitte avaldada, sest minu projekt oleks jäänud tähelepanuta, arvestades selle perioodi teemade avamise statistikat ajalehe veebiväljaandes. Minu Hooandja projekti õnnestumist see ei mõjutanud, aga arvata võib, et osa tähelepanust ja reklaamist jäi seetõttu olemata.

2.5. Näituse „Sakala šaržid“ sotsiaalmajanduslik mõju

Kultuuri- ja spordisündmuste mõju uuringutes on peamiselt analüüsitud majanduslikku mõju, sest need on kergemini mõõdetavad ning saadud näitajad aitavad korraldajatel ja sündmuste rahastajatel aru saada eesmärkide täitumise määra. Siiski on tõestatud, et vajalik on terviklik lähenemine ja mõjusid peaks hindama koos turismi, sotsiaalkultuurilise, keskkonna jm mõjudega (Eesti Konjunktuuriinstituut 2012). Sündmuste sotsiaalsete mõjudena määratakse mistahes muutusi kohalike elanike elukvaliteedis. Kultuurisündmustega kaasnevad lisaks sotsiaalsetele mõjudele ka kultuurilised mõjud, mis tekivad sündmuse, külastajate ja kohalike elanike koosmõjus (Roosalu 2011). Allolev sotsiaalmajanduslike mõjude kirjeldus on tunnetuslik, mitte kogutud andmetel põhinev.

Rahaliselt mõõdetavalt sai kõige rohkem kasu minu näituse korraldamisest piltide raamimisega tegelev ettevõtte Viljandi linnas ja kütusefirmad. Kasusaajate hulgas on ka toitlustusettevõtte, kellelt tellis näituse avamise kuumad ja külmad joogid Viljandis Sakala Keskus. Samas said mitterahalist kasu ka toitlustusfirmad Viljandis ja Jõhvis, kes küll sponsoreerisid näituse avamist suupistetega, aga kelle nime ma reklaamisin nii Facebookis kui ka sündmusel kohapeal, kus olid toitlustusfirmat reklaamivad trükised, mida külalised ka kaasa võtsid.

Tajutav kasu näituse kommunikatsioonist oli ajalehele Sakala, sest kõigis näitust kajastavates visuaalides, tekstides ja intervjuudes on ajalehe nimi välja toodud positiivses võtmes. Samamoodi mõjus näitus positiivselt minu kui kunstniku reklaamina, kasu saab mõõta näituse ajal ja järel saadud tellimustes ja koostööettepanekutes. Positiivne mõju minu ettevõttele väljendub ka selles, et sain juurde kasulikke kogemusi ettevõtte tegevuste laiendamiseks. Tagasisidest võib järeldada, et positiivsena mõjus näituse kontseptsioon ka Viljandi ja Ida-Virumaa vaheliste seoste loomisel näitusega kokku puutuval publikul.

Negatiivseid mõjusid ei oska välja tuua, sest sündmus ei olnud nii suuremahuline, et oleks võinud häirida linnakodanikke igapäevaste tegevuste juures või oleks avaldanud ökoloogilises mõttes suuri kahjulikke mõjusid keskkonnale.

2.6. Tagasiside ja meediakajastused

Tagasisidet saan kirjeldada Viljandis toimunud näituse ja Jõhvis toimunud näituse avamise põhjal. Küllastajate arvu üheski valitud näitusepaigas ei monitoorita, sellepärast ei saa täpset näituse küllastajate arvu öelda. Viljandi näituse avamisel (vt lisa 5) oli ligikaudu 50 külalist, mis on Sakala Keskuse näituste korraldamise praktikast arvesse võttes väga hea tulemus. Avamissündmuse atmosfäär oli meeldiv ja toetav, kohal oli ka ajalehe Sakala ajakirjanikke ja fotograaf. Väljavõtte Viljandi näituse külalisteraamatust on lisas 6. Jõhvi näituse avamisel (vt lisa 7) oli ligikaudu 25 külalist. Näitust planeerides sain sealselt koostööpartnerilt infot, et avamisi neil üldiselt enam ei korraldata, kuna see traditsioon on nõrk ja küllastajaid napib. Seetõttu loen näituse avamise kordaläinuks.

Välja saadetud pressiteadete põhjal avaldasid info näituse kohta Sakala ajaleht, ajalehe Äripäev lisaväljaanne Puhkepäev ja kultuuriajaleht KesKus. Ajalehes Sakala ilmus intervjuu minuga, lisaks andsin intervjuu Mulgi Kuku raadiotele. Viljandi näituse avamisel oli kohal ajalehe Sakala fotograaf ning avamisest ilmusid pildid Sakala veebigaleriis. Ka Ida-Viru maakonnalehe „Põhjarannik“ ajakirjanik võttis minult intervjuu.

Korralduslik viga ilmnas Viljandi näituse avamise Facebookis lehe tõttu. Lõin näituse avamise sündmuse ja saatsin vastava kutse Viljandi Linnagalerii kontolt. Arvutikuvari vaates oli Sakala Keskuse näitustesaal toimumispaigana arusaadav, kuid nutitelefoni vaade võimaldas näha sündmuse toimumiskohana Viljandi Linnagalerii põhisaali teises maja, kuna galerii juriidiline aadress on registreeritud seal. Seetõttu sattusid osad külalised, kes olid kasutanud info kontrollimiseks nutitelefoni, esmalt valesse saali.

Positiivse tagasisidena märgiti ära minu tegevusi Hooandja projekti läbiviimisel, muuhulgas tõsteti esile hästi korraldatud järeltegevusi. Väidetavalt jäävad Hooandjas rahastuse saanud

projekti järel lubatud tegevused, näiteks tänamine ja tänukingituste kätte toimetamine, muude peale tulevate kohustuste tõttu unarusse.

3. ENESEREFLEKSIOON

Kogesin, et oma loomingu esitlemine, reklaamimine ja arutlev arvustamine on vaimset väsitavam ja moraalselt keerulisem, kui kellegi teise loomingu esitlemine ja reklaamimine. Soovin seda teemat, kuidas autori ja kuraatori rolli ühendada, edasi uurida, sest kindlasti on vähemalt osa keerulistest emotsioonidest ette ennustatavad ja seeläbi on neid võimalik kergemini läbi elada. Enda loominguga puudub kureerival autoril distants, seega on kohati keeruline näituse materjali näiteks tekstides kirjeldada. Sellepärast palusin pressiteksti koostada Viljandi Linnagalerii galeristil. Raskeks kujunes ka pidevalt vaimset heas vormis olemine, nii juhtus see, et korraldusest väsinuna kadus vahetult enne esimese näituse avamist huvi näituse vastu, aga õnneks taastusin sellest tänu toetavatele kolleegidele ja sõpradele. Vaimse väsimuse tõttu jäi vajaka turundustegevuste puhul näiteks Jõhvi näituse korraldamisel venekeelsest näitust tutvustavast tekstist. Jõhvi Kontserdimajas käib eeldatavasti väga palju vene keelt kõnelevaid inimesi ja ilma tutvustava tekstita jääb näituse idee neile arusaamatuks.

Sain näituse korraldamisel kogemusi, mida võiksin edaspidi rakendada ka messide ja muude sarnaste väljapanekute puhul. See kogemus annab mulle võimaluse näiteks oma ettevõtte teenuste ja tegevuste laiendamisel. Saadud kogemus, mida väga hindan, on Hooandja projekti ettevalmistamine ja läbiviimine. Kokku kulus ajaliselt selle peale ligi kolm nädalat. Kaks nädalat läks joonisfilmi valmistamisele ja tekstide koostamisele ning pärast kulus ühe tööpäeva võrra aega, et teha kokkuvõtted toetajate kohta, kirjutada tänukirjad, kätte toimetada tänukingitused. Nende tegevuste juures oleks meeskonna abi vaja olnud.

KOKKUVÕTE

TÜ Viljandi Kultuuriakadeemias õpitavate erialade profiil on selline, et kooli lõpetajatel on suur tõenäosus iseendale ja teistele tööandjaks hakata. Sellepärast on vaja lisaks oma oskuste ja annete arendamisele tunda ka nende pakkumise ja müümise protsesse. Kujutava kunstiga tegelejatele, aga ka teistele loovalade esindajatele, on näitus heaks väljundiks enda ja oma loomingu tutvustamisel. Näituse korraldamise projekt ei erine kuigivõrd ükskõik millise sisuga projekti läbiviimisest. Ka on näituseprojektil samasugused tunnused nagu ükskõik millisel muul projektil, so ainukordsus, täpselt määratletud eesmärk, tähtaeg, kindlaks määratud ressursid jne.

Minu lõputööks on näituse „Sakala šaržid“ korraldamine. Näitus koosneb Viljandi maakonnalehele Sakala joonistatud šaržidest, mis illustreerivad igal laupäeval ilmuvaid persoonilugusid. Näitusele on valitud ajalehes avaldatud šaržidest 21 pildi originaalid. Piltide valik oli tehtud nii, et saaks esitleda erinevaid tehnikaid, tušijoonistustest digipiltideni. Lisaks šaržidele esitatakse näitusesaalis minu tehtud lühikest joonisfilmi, mis selgitab humoorikal moel näituse ideed. Käesoleva töö valmimise ajaks on näitus toimunud Viljandis Sakala Keskuses (05.04-05.05.2016) ja toimunud on näituse avamine Jõhvi Kontserdimajas 9.05.2016. Viimane näitus sellest sarjast avatakse 01.06.2016 Karksi kultuurikeskuses.

Näituse korraldamise üks eesmärkidest oli viidata kohaliku maakonnalehe rollile kogukonnatunde tugevdamisel läbi Viljandimaal ühel või teisel moel silmapaistvate inimeste persoonilugude. Teine eesmärk oli tutvustada mind kui šaržikunstnikku. Seatud eesmärgid aitasid hoida fookust näituse idee kujundamisel, sõnumite planeerimisel ja tekstide kirjutamisel. Näituse korraldamise tegevused olid kontseptsiooni ja disaini loomine, projekti koostamine, piltide viimistlemine, turundustegevused, kokkulepped näitusepaikades, vahendite hankimiseks projektide kirjutamine ja nende elluviimine, kokkulepped sponsoritega, avamissündmuste korraldamine jpm.

Kokkuvõtteks saab öelda, et toimunud sündmused on õnnestunud. Nii Viljandi kui Jõhvi näituse avamistel oli üle ootuste palju külalisi. Arvestades huvi näituse vastu, vaadates meediakajastusi ja arvestades nii suulist kui kirjalikku tagasisidet näituse külalisteraamatus, läks korda näituse eesmäärke täita. Olen saanud edastada oma sõnumeid kogukonna tähtsusest ja ajalehe rolli kohta selles. Enda šaržikunstnikuna tutvustamise missiooni võib samuti õnnestunuks pidada, sest olen saanud šaržide tellimusi eraisikutelt, aga on tehtud ka ettepanekuid suuremate tellimuste suhtes.

Olen saanud edaspidiseks hea kogemuse näituse kureerimise ja korralduse kõigi etappide kohta. Kindlasti saan seda kogemust ja omandatud oskusi rakendada oma ettevõtte pakutavate teenuste arendamisel. Samas avastasin näituse korraldamise ja lõputöö kirjaliku osa valmimise juures teemasid, mida võiks veel seoses näituste korraldamisega uurida ja kokkuvõtlikult kirjeldada. Leidsin, et korraldustöö tegijatele võiks olla oluline tutvuda vaimse läbipõlemise ennetamise meetmetega. Samuti jäi vajaka toetavast materjalist, mis aitaks juhul, kui autor ise oma loomingut kureerib, ja sellisel puhul tekkivate spetsiifiliste probleemide puhul.

KASUTATUD ALLIKAD

Adra-Entsik, A. 2013. Kuidas panna näitus inimestega rääkima? *Kaja*, nr 11.

Curatorial toolkit. 2010. Curatorial toolkit: A practical guide for curators
http://mgns.org.au/media/uploads/files/Curatorial_Toolkit.pdf, (01.05.2016).

Dean, D. 1994. Museum exhibition: theory and practice. Oxon: Routledge.

Eesti Konjunkturiinstituut. 2012. Eestis toimuvate kultuuri- ja spordisündmuste
regionaalse majandusliku mõju hindamine ja analüüs.
[http://www.ki.ee/publikatsioonid/valmis/Kultuuri-
ja_spordisundmuste_majanduslik_muju.pdf](http://www.ki.ee/publikatsioonid/valmis/Kultuuri-ja_spordisundmuste_majanduslik_muju.pdf), (02.05.2016).

EKI. 2016. Eesti keele seletav sõnaraamat. <http://www.keeleeveeb.ee/>, (28.04.2016).

Euroopa Nõukogu Kirjastus. 2000. T-Kit käsiraamat: Projektijuhtimine.
http://www.noored.ee/wp-content/uploads/2014/03/T-Kit_03_Projektijuhtimine.pdf,
(01.05.2016).

Hooandja. 2014. Majandusaasta aruanne
http://www.hooandja.ee/sites/default/files/uploads/2014_aruanne_80341695.pdf,
(02.05.2016).

Huvikeskus. 2013. Jõhvi Kultuuri- ja Huvikeskus.
<http://www.huvikeskus.info/linnagalerii/>, (28.04.2016).

Härm, A. 2016. Kuraatori sünd. <http://www.sirp.ee/s1-artiklid/c6-kunst/kuraatori-sund/>,
(27.04.2016).

Jõhvi valla arengukava. 2014. Jõhvi valla arengukava 2014-2020: Eelarvestrateegia 2015-2018.

<https://www.riigiteataja.ee/aktiisa/4241/0201/4004/arengukava%20eelarvestrateegiaga.pdf> (27.04.2016).

KULKA. s.a. Eesti Kultuurkapital.

<http://www.kulka.ee/ekspertgrupid/viljandima/ekspertgrupist>, (02.05.2016).

Kuusik, A. 2010. Teadlik turundus. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.

Leet, L. 2013. Kuraator viib loomingu publikuni.

http://www.rajaleidja.ee/persoonilood_kuraator, (02.05.2016).

Lepik, K. 2014. Kuidas sihtrühmi ja sidusrühmi määratleda? Osalus muuseumides. Eesti Rahva Muuseum.

Lorenc, J., Skolnick, L., Berger, C. 2008. What is exhibition design? Mies: RotoVision SA.

O'Neill, P. 2007. The Curatorial Turn: from Practice to Discourse.

<http://placeinternational.org/images2/publications/26229708-ONeill-Paul-The-Curatorial-Turn.pdf>, (27.04.2016).

Roosalu, C. 2011. Sündmuste sotsiaal-kultuuriline mõju kohalikule kogukonnale Pärnu Jäähvali näitel.

http://www.parnu.ee/fileadmin/user_upload/areng/uurimused/Roosalu_Catri_jaafestivali_maju_2011.pdf, (02.05.2016).

Tamm, A. 2012. 30.märtsil kl.16.30 avatakse Narva Kunstigalerii (Vestervalli 21) III korrusel Eesti kunstnike šaržide näitus. *Sirp*. <http://www.sirp.ee/s3-pressiteated/c2-pressiteated/30maertsil-kl1630-avatakse-narva-kunstigalerii-vestervalli-21-iii-korrusel-eesi-kunstnike-aride-naeitus/>, (28.05.2016).

Tulumaksuseadus. RT I 1999, 101, 903; RT I 2004, 59, 414

<https://www.riigiteataja.ee/akt/765523>, (01.05.2016).

Viires, K. s.a. Kureerimine ja näituseprojekt. <http://naituseprojekt.weebly.com/index.html>,
(05.05.2016).

LISAD

Lisa 1. Autori tutvustus ja ideekavand Eesti Kultuurkapitalile

IDEEKAVANDI ESITAJA ANDMED

Nimi

Kristi Kivestu

Kontaktandmed

e-post

XXXXXXXXXXXXXX

telefon

XXXXXXXXXX

postiaadress

XXXXXXXXXXXXXX

Viljandi

Autori tutvustus

Olen sündinud 1974.a Kohtla-Järvel. Esimesed haprad 37 eluaastat elasin Vokas, Ida-Virumaal. Õppinud olen Toila Keskkoolis (lõpetanud 1992.a). Toilas osalesin ka kooli kunstiringis Laine Laanemaa juhendamisel. Pärast kooli õppisin keelt ja harjutasin lapsehoidmist Saksamaal ning see osutus väga tõhusaks sissejuhatuseks oma kolme lapse kasvatamisel. Lastele lugemise ja joonistamise kõrvalt õppisin Jõhvi Kutsekeskkoolis reisikorraldamist (1997-1998) ja Tartu Ülikoolis saksa keele filoloogiat (2006-2010, eksmatrikuleeritud). 11 aastat oma elust olen olnud sanatooriumis. Töötasin Toila SPA Hotellis algul administraatori, siis müügijuhina. Vahemikul 2004-2005 osalesin Toilas kunstiringis, mida juhendas Laine Laanemaa. Peamiselt olen olnud iseõppija, varem raamatute ja näituste najal, nüüd on lisandunud ka lõputult materjale internetist.

Alates 2012.a elan, õpin ja töotan Viljandis. Praegu tegelen TÜ Viljandi Kultuuriakadeemia kultuurikorralduse eriala lõpetamisega. Olin kolm aastat seotud SA Viljandimaa Loomamajanduskeskusega, seejärel asusin tööle Viljandi Linnagalerii galleristina. Toremaid väljakutseid ja kogemusi on pakkunud Viljandi Pärismuusika

Jätk lisale 1. Autori tutvustus ja ideekavand Eesti Kultuurkapitalile

festivalide lavakujundusmeeskonnas töötamine ja vabatahtliku töö Viljandi hansapäevade kunstiprogrammi juures.

Muude tegevuste juures olen järjepidevalt joonistamistrenni teinud. Lemmikmeediumiks on must joon valgel pinnal, aga oma võlu olen leidnud ka akvarellides ning digivõimalustes. Tänu raskekujulisele kiitlemisele on tore grupp kaasaelajaid, kes minu loomingule oma toetuse ja innustamisega hoogu annavad.

Autori varasemad kogemused:

- illustratsioonid Myraka lasteraamatule "Mida mustikat?!?" 2013.a
- raamatuillustratsioonide näitus Voka raamatukogus 2014.a
- illustratsioonid mudilaste ajakirjale "Mesimumm" 2015.a
- illustratsioonid ajalehele "Sakala" alates 2014.a
- Ugala lastelavastuse „Väike Pii ja kiigelaud“ plakati illustratsioon 2015.a
- näituste korraldamine Viljandi Linnagaleriis alates 2015.a
- tellimustöödena valminud saržid

IDEEKAVAND

Näituse nimi

Sakala saržid

Näituse aeg ja koht

Viljandi: Sakala Keskuse näitusesaalis 04.04-07.05

Jõhvi: Jõhvi kontserdimaja 3.korruse näituseruum 09.05-28.05

Karksi: Karksi kultuurikeskus 01.06-30.06

Näituse idee kirjeldus

Näitus koosneb 20-25 raamitud saržist (40x40 cm). Saržid on ilmunud alates 2014.a detsembrist käesoleva ajani persoonilugude illustratsioonidena Viljandi maakonnalehes Sakala. Näitusel "Sakala saržid" eksponeeritakse valikut ligikaudu 60-st valminud saržist. Valiku tegemisel kasutasin joonistuste kunstiliste aspektide hindamisel ekspertide nõuandeid. Kunstiliste kriteeriumide kõrval on valiku tegemisel oluline ka saržide emotsionaalne looväärtus. Näitusepaigas on seinal autori ja näituse tutvustus. Külastajate jaoks on käepärases kohas prinditud lehed, kus on piltide saamislood humoorikas võtmes. Saržide saamislugude tutvustamise eesmärk on luua sild vaataja ja pildi vahel ning näidata ajalehe ilmumise rütmist tingitud eripära teose valmimisel.

Jätk lisale 1. Autori tutvustus ja ideekavand Eesti Kultuurkapitalile

Näitus on ühtlasi läbilõige erinevatest kasutatud tehnikatest, mis demonstreerivad ühelt poolt loomevabadust, mida pakub hea koostöö heade partneritega ajalehes Sakala. Teisalt annavad need ülevaate autori kunstilise väljenduse otsingutest parima võimaliku tulemuse eesmärgil. Välja on pandud nii digi- kui ka tušijoonistused.

Näituse teema valiku põhjendus:

Näituse idee sündis aasta jooksul tekkinud tähelepanekutest saržide joonistamisel. Kiires igapäevas on vähe motivatsiooni süveneda teiste inimeste olemisse ja tegemistesse. Olles mõne aasta eest Viljandisse kolinud, sattusin enda jaoks uude olukorda, kus tekkis vajadus mõtestada mind ümbritsevat keskkond ja inimesi. Avastasin, et kohaliku lehe persoonilood pakuvad diskreetse võimaluse tutvuda oma kogukonna inimestega. Kiirustamisest tulenev pealiskaudsuse fenomen ei ole loomulikult omane vaid Viljandimaale, vaid on väärt arutamist kõikjal, muuhulgas Ida-Virumaal. Ida-Virumaa näitusel on valitud saržid inimestest, kes võiksid olla kohalikele näiteks läbi meediakajastuste rohkem tuttavad.

Näitus turundus

Näituse turundamisel on Viljandimaal partneriks ajaleht Sakala. Teated Viljandimaal toimuvate näituste kohta ilmuvad ajalehes Sakala ja tasuta nädalalehes 1 Leht.

Sakala Keskuses toimuvate näituste kohta ilmub info Viljandi Linnagalerii lehel.

Ida-Virumaa näituse teade ilmub Ida-Viru maakonnalehes Põhjarannik ja Jõhvi Kontserdimaja veebikeskkondades.

Kasutan näituse teavitamiseks sotsiaalmeedia võimalusi, loon näituse lehe Facebookis.

Lisaks edastan infot näituse kohta Facebookis leheküljele Ida-Virumaa Sõbrad, millel on ligi 6500 jälgijat.

Lisad:

näitusepaikade kinnitused

näidistööde fotod

Lisa 2. Riskide hindamine ja maandamise meetmed

| Võimalik risk | Riski mõju | Riski maandamise meede |
|--|------------|---|
| Hooandjas ei õnnestu vajalikku summat kokku saada. | Väga suur | Olemas on vajalik summa omafinantseeringuna. |
| KULKA taotlusele vastatakse eitavalt. | Suur | Olemas on vajalik summa omafinantseeringuna. |
| Näitusele planeeritud pildid saavad kahjustada. | Keskmine | Olemas on asenduspildid. Raamid ja klaasid saab kahe tööpäeva jooksul asendada. |
| Kokkulepe näitusepaigas öeldakse üles. | Väga suur | On olemas kokkulepped alternatiivsete näitusekohtadega antud regioonis. |
| Autoga on tehnilisi probleeme. | Väga suur | Olemas on kokkulepe teise sõiduki omanikuga. |
| Näituse kuraator haigestub. | Väga suur | Näitusepaikades on kokkulepped avamissündmuste läbiviimiseks kohalike inimeste abil. |
| Info näitustest ei jõua publikuni. | Väga suur | Kasutatakse võimalikult erineva tarbijaskonna infokanaleid, nii veebi kui ka printreklaami. |

Lisa 3. Jõhvi näituse plakat

näitus
Sakala šaržid
10.-28.mai 2016
näituse avamine 9.05.2016 kell 17.00

Kristi Kivestu



Viljandi maakonnalehe Sakala personilugude illustratsioonid
Jõhvi kontserdimaja 3.korrusel
Pargi 40, Jõhvi

 EKSTI KULTUURKAPITAL

Galerii on avatud kontserdimaja lahtiolekuaegadel

Lisa 4. Viljandi näituse pressitekst

Pressiteade ja kutse

Sakala Keskus

30.03.2016

PILDID, MIS TEEVAD TUJU HEAKS

Kristi Kivestu isikunäitus „Sakala šaržid“

Sakala Keskuse näitusesaalis

6.04. – 5.05. 2016

Avamine 5.04 kell 17.00

Aprillikuule sobivalt on Sakala Keskuse uus näitus häälestatud huumorilainele. Publiku eest on 20 valitud šarži tuntud või tunnustatud inimestest ja väike autori mõtteid seletav joonisfilm.

Kristi Kivestu humoristlikud portreed avaliku elu tegelastest on ajalehe „Sakala“ persoonilugude juures ilmunud üle aasta. Peen joonetunnetus ning vaimukad pisidetailid muudavad Kristi šaržid nauditavaks ka iseseisvate teostena. Kristi Kivestu joonistused koguvad hooga populaarsust – tema illustratsioone tellitakse raamatutesse, teatri plakatikujunduseks, ajakirjadesse, kingituseks lähedasele jne.

„Sakala šaržid“ on tore viide meid igapäevaselt saatvale loomingulisusele, inspireerides enda ümber ka pisikesi nüansse tabama. Kuid mis peamine - šaržinäitus aitab märgata inimlikkuse rõõmsaid noote ja teeb tuju heaks.

Sakala Keskus asub Viljandis Tallinna tn 5.

Näitus on avatud E - L 10.00 - 19.00

Lisainfo ...

Lisa 5. Fotod Viljandi näituse avamisest 5.04.2016



Näituse „Sakala šaržid“ avamine Viljandis.



Näituse „Sakala šaržid“ avamine Viljandis.

Lisa 6. Väljavõte Viljandi näituse külalisteraamatust

Sunn leid "Salakala" ja
selle lebi Eestimaa,

13.04.2016 Parimat, Jaan

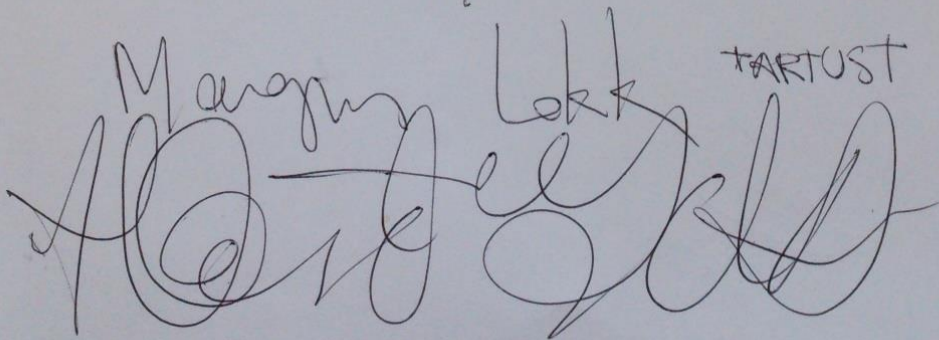
Super!! Tule kindlasti Toie
klendim, juhan 15.04.16.

Väga tõetruud!

Kõiki ma ei tundnud sellepärast,
et pole vist eluga nii kursis :)
Keda tundsin ära, on ikka vapustavad,
et nümmoodi sarnasust edasi anda!

Edu!

Paul 19.04.2016

Margus Lokk TARTUST


Lisa 7. Fotod Jõhvi näituse avamisest 9.05.2016



Näituse „Sakala šaržid“ avamine Jõhvis.



Näituse „Sakala šaržid“ avamine Jõhvis.

SUMMARY

The Organisation of a Solo Exhibition of Caricatures by Kristi Kivestu Published in the Sakala newspaper

Education provided at the University of Tartu Viljandi Culture Academy TÜ entails a high likelihood of being self-employed and/or employing others at some point after your graduation. This is why it is vital to gain insight into how to market and sell your skills and talents besides developing them. For those engaged in the fine arts as well as in other creative industries, exhibitions are an excellent opportunity for promoting yourself and your work. In fact, organising an exhibition is not that different from coordinating any other project. After all, an exhibition shares a number of characteristics with other types of projects, such as its uniqueness, clearly defined goals, a deadline, limited resources, etc.

My graduation project is organising an exhibition of caricatures published in the Sakala newspaper. The exhibition presents a series of drawn caricatures – illustrations for personal feature stories published in the newspaper each Saturday. Of all caricatures published, 21 original works were selected to be put on display at the exhibition. The illustrations were selected to provide an overview of a variety of techniques, from ink drawings to digital graphics. In addition to the caricatures, a short animated movie – my humorous take on the exhibition's central idea – is shown at the exhibition hall. By the time of completing this graduation paper, the exhibition was first run at the Sakala Centre, Viljandi, (from 5 April to 5 May 2016) and was opened next on 9 May 2016 at Jõhvi Concert Hall. The last stop of the exhibition will be at Karksi Community Centre and the opening event will be held on 1 June 2016.

One of the objectives of organising the exhibition was to underline the role of a county newspaper in promoting a strong sense of community through personal feature stories on

people who have done something of significance in Viljandi County. Another aim was to represent myself as a caricature artist. These goals helped me maintain a clear focus when developing the exhibition's central idea, outlining its message and writing its texts. Organising the exhibition included, for example, creating its concept and design, preparing the project, giving a final touch to the caricatures, conducting marketing activities, arranging agreements with exhibition sites and sponsors, preparing projects to procure necessary resources, coordinating project management, organising openings, etc.

In conclusion, I would say that all events were successful. More people than expected attended openings in Viljandi and Jõhvi. Interest in the exhibition, its media coverage and oral as well as written feedback (in the visitor book) clearly indicate that the exhibition fulfilled its mission in all respects. I was able to convey the message about the importance of a strong sense of community as well as about the newspaper's role in it. The intended purpose of promoting myself as a caricature artist was also fulfilled – I have been requested to draw caricatures for private persons and have received proposals for more extensive work.

I gained valuable experience in organising and curating all exhibition stages. I will certainly be able to put the experience and skills I learned to use when developing the service offering of my own company. Also, I identified some additional topics associated with organising exhibitions, deserving further research and brief discussion. I came to the conclusion that it would be practical for exhibition organisers to learn how to avoid mental burnout. Also, there are not enough auxiliary materials available to provide guidance to artists who have chosen to curate their own exhibitions and help them overcome certain challenges which tend to arise in such cases.

LIHTLITSENTS

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks.

Mina, Kristi Kivestu (09.08.1974), annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose KRISTI KIVESTU ISIKUNÄITUSE „SAKALA ŠARŽID“ KORRALDAMINE, mille juhendaja on Piret Aus

- 1.1. reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;
- 1.2. üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.
2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Viljandis, 18.05.2016